

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

หากจะกล่าวถึงการดำรงชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่อดีตสิ่งที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคือปัจจัย 4 ซึ่งประกอบไปด้วย อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค โดยปัจจัย 4 นี้เป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่สามารถขาดได้หากแต่ในปัจจุบันสิ่งต่างๆเหล่านี้ได้กลายเป็นเพียงพื้นฐานเท่านั้น โดยเราไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่าความต้องการความสะดวกสบายในชีวิตได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิต เช่นเครื่องใช้ไฟฟ้า โทรศัพท์ และรถยนต์ ซึ่งถ้าเราจะพูดถึงความสำคัญของรถยนต์แล้วรถยนต์มีความสำคัญและจำเป็นมากต่อการดำรงชีวิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเดินทาง การคมนาคมต่างๆ จึงส่งผลทำให้เกิดความต้องการรถยนต์ในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว แต่ในช่วงภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อการค้าในหลายๆด้าน รวมไปถึงเรื่องราคาน้ำมันก็ยังส่งผลกระทบต่อ ทั้งนี้ทำให้ความต้องการซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคมีจำนวนน้อยลง ดังนั้นบริษัทผลิตรถยนต์ต่างๆ จึงต้องพยายามหากกลยุทธ์วิธีในการแข่งขันการทำตลาด ส่งเสริมการขายเพื่อหวังการเพิ่มยอดขายให้กับบริษัทของตนเองและพยายามแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่งให้ได้มากที่สุด ซึ่งถ้าหากดูจากปริมาณการผลิตรถยนต์ภายในประเทศในแต่ละปีมีปริมาณที่เพิ่มขึ้น แต่ในปี 2554 พบว่าปริมาณการผลิตได้ลดลง เนื่องจากผู้ผลิตได้รับผลกระทบจากอุทกภัยจึงยังไม่สามารถกลับมาผลิตได้เป็นปกติ ส่งผลให้เป็นโอกาสของรถยนต์มือสองที่สามารถใช้งานได้ทันที และไม่จำเป็นต้องใช้เวลาในการตั้งจอง ซึ่งข้อมูลจากกรมการขนส่งทางบก จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ไตรมาสสุดท้ายของปี 2554 มีการโอนรถยนต์เฉลี่ยต่อวันประมาณ 150-200 คัน แบ่งเป็น การโอนจากการซื้อขาย ประมาณ 70 คัน ส่วนที่เหลือจะเป็นการโอนเพื่อเข้าไฟแนนซ์และการโอนออกจากไฟแนนซ์ แต่ภายหลังจากเกิดอุทกภัยภายในประเทศ ส่งผลให้ยอดการโอนรถยนต์เฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น 250-300 คันต่อวัน แบ่งเป็น การโอนเพื่อซื้อขาย ประมาณ 150 คันต่อวันซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นเท่าตัว (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นาย ชัยวัฒน์ เย็นสุขใจ ฝ่ายทะเบียนกรมการขนส่งจังหวัดเชียงใหม่) ประเภทของรถยนต์มือสองที่มีขายอยู่ในตลาดรถยนต์ได้แก่ รถยนต์จากประเทศญี่ปุ่น เช่น โตโยต้า ฮอนด้า ซึ่งเป็นตลาดที่มีผู้ขายมากกว่าผู้ซื้อในปัจจุบัน ส่วนรถยนต์อีกประเภทหนึ่งที่เป็นที่ต้องการในตลาดแต่ยังมีผู้ขายอยู่น้อยรายคือรถยนต์ยุโรป ซึ่งเป็นรถยนต์ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี อีกทั้งในปัจจุบันมีการเติบโตของตลาดการนำเข้ารถยนต์ยุโรปอิสระอีกมาก จากการศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อประเมินขนาดตลาดรถนำเข้าอิสระของไทยในปี 2554 โดยจำกัดการพิจารณาเพียง

3 ยี่ห้อคือ Mercedes Benz, BMW และ Volvo โดยเปรียบเทียบในช่วงปี 2551 จนถึงครึ่งปีแรกของปี 2554 ซึ่งข้อมูลบ่งชี้ว่า ตลาดรถนำเข้าอิสระมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 13 ในช่วงปี 2551 ถึง 2553 โดยรถที่มีสัดส่วนสูงสุดคือ Mercedes Benz (27%) และต่ำสุดคือ Volvo (6%) แต่เมื่อเทียบสัดส่วนครึ่งปีแรกของปี 2554 กับปี 2553 พบว่าตลาดเกย์เติบโตเพิ่มขึ้นถึง 264% โดยตลาดนำเข้าอิสระของ 3 ยี่ห้อนี้มีสัดส่วน 30% เมื่อเทียบรายยี่ห้อพบว่า Mercedes Benz มีสัดส่วนสูงสุดคือ (65%) รองลงมาคือ BMW (44.5%) และ Volvo (5.1%) สาเหตุที่การเติบโตเพิ่มสูงมากในปี 2554 คือค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับเงินเหรียญสหรัฐและปอนด์อังกฤษ ทำให้ราคารถนำเข้าถูกลง หากแต่รถยนต์มือสองยังคงได้รับความนิยมจากผู้ที่มีรายได้น้อยที่ไม่สามารถหาซื้อรถยนต์ป้ายแดงมาเป็นเจ้าของได้ โดยจังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์รถยนต์มือสอง เพียง 4 ศูนย์ โดยมีผู้ประกอบการที่เรียกว่าเต็นท์รถยนต์มือสองประมาณ 40 ราย มีรถยนต์ที่ขายได้ทุกเต็นท์รวมกันเฉลี่ยประมาณ 80 คันต่อเดือน มีเงินหมุนเวียนประมาณ 15 ล้านบาทต่อเดือน นับเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ดีให้กับผู้ประกอบการ (นายชัยวัฒน์ เย็นสุขใจ ฝ่ายทะเบียนกรมการขนส่งจังหวัดเชียงใหม่, 2556: สัมภาษณ์)

ซึ่งทางเลือกอีกทางหนึ่งของผู้บริโภคที่ต้องการใช้รถยนต์ยุโรป คือรถยนต์ยุโรปมือสองที่ในปัจจุบันยังมีผู้ขายอยู่น้อยราย ดังนั้นจากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกซื้อรถยนต์ยุโรปมือสอง ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์และแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจค้ารถยนต์มือสอง และผู้ที่สนใจในธุรกิจรถยนต์ยุโรปมือสองได้ใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจกำหนดคนโยบายและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของรถยนต์มือสองให้สนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์ยุโรปมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์ยุโรปมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการรถยนต์ยุโรปมือสอง ที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจรถยนต์มือสองต่อไป

**คำนิยามศัพท์**

**ส่วนประสมการตลาด** หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาประกอบการตัดสินใจซื้อรถยนต์ยุโรปมือสอง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

**ผู้บริโภค** หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาเลือกซื้อรถยนต์นั่งมือสองในศูนย์จำหน่ายรถยนต์ยุโรปมือสองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

**รถยนต์ยุโรปมือสอง** หมายถึง รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง ที่เป็นรถยนต์ที่ผลิตอยู่ภายใต้แบรนด์ที่มีการจดทะเบียนอยู่ในทวีปยุโรปซึ่งผ่านการใช้งานมาแล้ว